

**Aviso:** [2023-09-21 15:48] este documento é uma impressão do portal Ciência-IUL e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência-IUL nessa data.

## Hélia Gonçalves Pereira

### Investigadora Associada

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)  
[Grupo de Marketing]



### Contactos

<b>E-mail</b>	helia.pereira@iscte-iul.pt
<b>Gabinete</b>	D4.31
<b>Telefone</b>	217650479 (Ext: 220746)
<b>Cacifo</b>	110-B

### Currículo

Hélia Gonçalves Pereira is an Associate Professor of the Marketing, Operations and General Management Department at Instituto Universitário de Lisboa - ISCTE-IUL. Hélia Gonçalves Pereira is Director of the Master in Hospitality and Tourism Management and of the Tour DC Msc (ERASMUS Mundus); Pos-Degree in Sales Management and Pos Degree in Top Management in Hospitality and Tourism.

She is Coordinator of the Marketing FutureCast Lab, an applied research lab in new trends in marketing. Her background is interdisciplinary, combining a BSc in Economics, a post Degree in European Studies, a MSc in Management and a PhD in Management with specialization in Marketing and several years as senior consultant in Price Waterhouse and Coopers. She has interests in consumer behaviour, internet marketing and social media and, as well, tourism marketing.

She was, between 2016 and 2019, member of the board (non-executive) of Turismo Fundos SGFII, S.A., a financial society that supports tourism and industrial projects.

### Áreas de Investigação

Marketing Turístico

Marketing Digital

Comportamento do Consumidor

## Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Doutoramento	Gestão	2009
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Mestrado	Gestão de Empresas	2003
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Pós-graduação	Gestão de Empresas	1998
Faculdade de Economia - UNL	Licenciatura	Economia	1995
Instituto Superior de Economia e Gestão - UTL	Pós-graduação	Estudos Europeus	1995

## Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2014	ENAM Moçambique	--	Professor
2012 - 2014	Universidade Getúlio Vargas	--	Professor
Desde 2012	Marketing FutureCast Lab	--	Coordenador do Conselho Científico
Desde 2010	Viatecla	--	Coordenação Científica Projecto Video For Travel
2006 - 2008	Universidade Lusófona	--	Professor
Desde 2005	INDEG-ISCTE	--	Professor
Desde 2005	INDEG-ISCTE	--	Professor
2002 - 2003	ISCEM	--	Professor

## Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Marketing (Pg)	Direcção Empresarial;	Sim
2020/2021	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2020/2021	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Não

2020/2021	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Não
2020/2021	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2020/2021	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão de Empresas; Gestão;	Não
2020/2021	1º	Turismo e Mundos Urbanos	Erasmus Mundus em Desenvolvimento de Turismo e Cultura; Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2020/2021	1º	Dissertação em Gestão de Hotelaria e Turismo (Dght)	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	1º	Marketing e Inovação em Turismo	Gestão do Turismo;	Sim
2020/2021	1º	Enoturismo e Negócio do Vinho	Erasmus Mundus em Desenvolvimento de Turismo e Cultura; Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	1º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos	Erasmus Mundus em Desenvolvimento de Turismo e Cultura; Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Erasmus Mundus em Desenvolvimento de Turismo e Cultura; Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	1º	Turismo Electrónico	Gestão de Hotelaria e Turismo; Erasmus Mundus em Desenvolvimento de Turismo e Cultura;	Não
2020/2021	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão Industrial e Logística; Gestão de Marketing; Finanças e Contabilidade;	Não
2020/2021	2º	Trabalho de Projecto em Gestão de Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	2º	Dissertação em Gestão de Hotelaria e Turismo (Dght)	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	2º	Gestão do Turismo e do Lazer	Gestão do Turismo;	Sim
2020/2021	2º	Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	2º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Recursos Humanos;	Não
2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Marketing;	Sim

2019/2020	1º	Marketing (Pg)	Direcção Empresarial;	Sim
2019/2020	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2019/2020	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial; Marketing; Gestão de Marketing;	Sim
2019/2020	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2019/2020	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão; Gestão de Empresas;	Não
2019/2020	1º	Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media	Gestão de Novos Media;	Sim
2019/2020	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Finanças e Contabilidade; Gestão Industrial e Logística; Gestão de Marketing;	Sim
2019/2020	2º	Análise de Negócios Internacionais	Escola de Gestão;	Sim
2019/2020	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2019/2020	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2019/2020	2º	Enoturismo e Negócio do Vinho	Escola de Gestão;	Sim
2019/2020	2º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos	Escola de Gestão;	Sim
2019/2020	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Escola de Gestão;	Sim
2019/2020	2º	Turismo Electrónico	Escola de Gestão;	Sim
2019/2020	2º	Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2019/2020	2º	Gestão do Marketing	Gestão de Recursos Humanos; Gestão;	Sim
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Marketing;	Sim
2018/2019	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2018/2019	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Não

2018/2019	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Não
2018/2019	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2018/2019	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão de Empresas;	Não
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão;	Não
2018/2019	1º	Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media	Gestão de Novos Media;	Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing	Gestão de Marketing; Gestão;	Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing	Gestão Industrial e Logística;	Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Sim
2018/2019	2º	Marketing (Pg)	Direcção Empresarial;	Sim
2018/2019	2º	Gestão de Turismo Internacional	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2018/2019	2º	Finanças Empresariais em Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2018/2019	2º	Análise de Negócios Internacionais	Gestão de Empresas;	Sim
2018/2019	2º	Marketing Bancário	Gestão Bancária;	Sim
2018/2019	2º	Marketing de Projetos	Gestão;	Sim
2018/2019	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2018/2019	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2018/2019	2º	Enoturismo e Negócio do Vinho	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2018/2019	2º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2018/2019	2º	Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2018/2019	2º	Gestão do Marketing	Gestão de Recursos Humanos; Gestão;	Sim

2017/2018	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Marketing;	Não
2017/2018	1º	Marketing (Pg)	Direcção Empresarial;	Sim
2017/2018	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Sim
2017/2018	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Sim
2017/2018	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2017/2018	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão de Empresas;	Não
2017/2018	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão;	Não
2017/2018	1º	Projeto de Gestão de Marketing 1	Gestão de Marketing;	Sim
2017/2018	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Não
2017/2018	1º	Gestão do Marketing	Gestão de Marketing; Gestão;	Não
2017/2018	1º	Gestão do Marketing	Gestão Industrial e Logística;	Não
2017/2018	1º	Estratégia de Marketing	Marketing;	Sim
2017/2018	2º	Marketing (Pg)	Direcção Empresarial;	Sim
2017/2018	2º	Análise de Negócios Internacionais	Gestão de Empresas;	Sim
2017/2018	2º	Marketing de Projetos	Gestão;	Sim
2017/2018	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2017/2018	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2017/2018	2º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Recursos Humanos;	Não
2016/2017	1º	Marketing (Pg)	Direcção Empresarial;	Sim
2016/2017	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Sim
2016/2017	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Sim

2016/2017	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Não
2016/2017	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão;	Sim
2016/2017	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão de Empresas;	Sim
2016/2017	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Não
2016/2017	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Marketing;	Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing	Gestão Industrial e Logística;	Sim
2016/2017	1º	Estratégia de Marketing	Marketing;	Sim
2016/2017	2º	Análise de Negócios Internacionais	Gestão de Empresas;	Sim
2016/2017	2º	Marketing de Projetos	Gestão;	Sim
2016/2017	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2016/2017	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Marketing	Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2015/2016	1º	Marketing (Pg)	Direcção Empresarial;	Sim
2015/2016	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Sim
2015/2016	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Sim
2015/2016	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Sim
2015/2016	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão de Empresas;	Não
2015/2016	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão;	Não
2015/2016	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim

2015/2016	1º	Seminário 1 : Comportamento Financeiro das Famílias Portuguesas	Programa Pós Graduação para Gestores;	Sim
2015/2016	1º	A Evolução do Papel e dos Requisitos do Cliente de Serviços Financeiros	Programa Avançado de Gestão;	Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Gestão Industrial e Logística;	Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Gestão de Marketing; Gestão;	Sim
2015/2016	1º	Estratégia de Marketing	Marketing;	Sim
2015/2016	2º	Marketing Bancário	Gestão Bancária;	Sim
2015/2016	2º	Marketing de Projetos	Gestão;	Sim
2015/2016	2º	Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing	Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2014/2015	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Não
2014/2015	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Não
2014/2015	1º	Marketing Empresarial	Gestão Empresarial;	Não
2014/2015	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Gestão;	Não
2014/2015	1º	Gestão do Marketing	Gestão e Engenharia Industrial; Gestão Industrial e Logística;	Sim
2014/2015	1º	Gestão do Marketing	Informática e Gestão; Gestão; Gestão de Marketing;	Sim
2014/2015	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Sim
2014/2015	1º	Estratégia de Marketing	Marketing;	Sim
2014/2015	1º	Novas Tendências de Marketing e de Vendas	Marketing;	Sim
2014/2015	1º	Novas Tendências de Marketing e de Vendas	Gestão de Marketing;	Sim
2014/2015	2º	Marketing Bancário	Gestão Bancária;	Sim



2014/2015	2º	Marketing de Projetos	Gestão; Gestão de Programas e Projetos;	Sim
2014/2015	2º	Marketing_fd	Programa Gestão de Empresas para Mediadores Alpha;	Sim
2014/2015	2º	Gestão do Marketing	Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2014/2015	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Sim
2013/2014	1º	Tópicos de Estratégia de Marketing	Gestão de Projectos;	Sim
2013/2014	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Sim
2013/2014	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Sim
2013/2014	1º	Gestão do Marketing	Gestão Industrial e Logística; Gestão e Engenharia Industrial;	Sim
2013/2014	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Sim
2013/2014	1º	Gestão do Marketing	Informática e Gestão; Gestão; Gestão de Marketing;	Sim
2013/2014	1º	Estratégia de Marketing	Marketing;	Sim
2013/2014	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Sim
2013/2014	2º	Gestão do Marketing	Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2012/2013	1º	Tópicos de Estratégia de Marketing	Gestão de Projectos;	Sim
2012/2013	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Direcção Comercial;	Sim
2012/2013	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Marketing;	Sim
2012/2013	1º	Dissertação em Marketing	Marketing;	Sim
2012/2013	1º	Trabalho de Projecto em Marketing	Marketing;	Sim
2012/2013	1º	Gestão do Marketing	Gestão e Engenharia Industrial;	Sim
2012/2013	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Sim
2012/2013	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Marketing; Informática e Gestão;	Sim
2012/2013	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Gestão de Marketing;	Sim
2012/2013	1º	Estratégia de Marketing	Marketing;	Sim

2012/2013	2º	Expressão e Identidade da Marca	Contabilidade; Marketing; Gestão de Recursos Humanos; Gestão Internacional; Gestão de Serviços e da Tecnologia; Gestão; Economia;	Sim
2012/2013	2º	Marketing 3.0	Marketing;	Sim
2012/2013	2º	Gestão de Comunicação	Marketing;	Sim
2012/2013	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Finanças; Gestão; Contabilidade; Gestão de Recursos Humanos; Gestão Internacional; Marketing; Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2012/2013	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Sim

## Orientações

### • Teses de Doutoramento

#### - Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Xie Fangmin	Factors contribution to customer satisfaction in internet drug store	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Tomé Rodrigues	Impacto da Informação Háptica na Intenção de Compra Online	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
3	Co-Orientador	Cristina Maria Costa Abreu	Innovating in sustainable tourism: a nature-based tourism (NBT) business model for a long-team solution	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
4	Co-Orientador	Isabel Rita Soromenho Silva Santos Sequeira	The effectiveness of the storytelling methodology in communicating cool brands	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	Luis Sá	Marketing Relacional para as empresas brasileiras	Português	Em curso	ISCTE-IUL
6	Orientador	Chen Wenbin	Research on the transformation strategy of IT enterprises from 'B to C' to 'B to B' marketing	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

#### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
--	--------------------	-------------------	---------------	--------	-------------	------------------

1	Orientador	Li Dacan	The construction an application of brand valuation model for pharmaceutical enterprises - A case study of a pharmaceutical enterprise in Shanghai	--	ISCTE-IUL	2019
2	Co-Orientador	Mónica Montes Mendes Rocha Ferreira	HUMAN-ARTIFICIAL INTELLIGENCE ENGAGEMENT EXPLORING THE PERSPECTIVES OF USERS AND TOURISM MANAGERS	Inglês	ISCTE-IUL	--

## • Dissertações de Mestrado

### - Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Maria Correia de Amaral	A perceção dos Recursos Humanos na Industria Hoteleira - Como o novo coronavirus veio alterar essa perceção	--	Em curso	ISCTE-IUL

### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Raquel Maria Freitas Pinheiro	A influência do Marketing de Experiências na satisfação do turista, compra, recompra e fidelização: o caso da Ilha da Madeira	Inglês	ISCTE-IUL	2021
2	Orientador	Rui Manuel de Olim	Plano de Negócios: Madeira Heritage Boutique Hotel	Inglês	ISCTE-IUL	2021
3	Orientador	Abigail Gaspar Gonçalves Fernandes	A resposta da audiência a diferentes Programas de Referência por Recompensa em Sites de Redes Sociais	Inglês	ISCTE-IUL	2021
4	Orientador	Carlos Ubaldo Sevilla Castillo	Meios de Comunicação Social e Marketing Digital para Promoção de Destino e Branding: O Estudo de Caso da Campanha "The Can't Skip Portugal".	Inglês	ISCTE-IUL	2021
5	Orientador	Inês Antunes Serras	O Impacto da Experiência na Lealdade às Marcas de Vinho na Indústria de Vinho Portuguesa.	Inglês	ISCTE-IUL	2020
6	Orientador	Maria Martinho da Silva de Lemos Pires	O Impacto de Assistentes Pessoais Virtuais como Canais de Compra na Lealdade do Consumidor	Inglês	ISCTE-IUL	2020

7	Orientador	Mariana Martins Rebelo	Alojamento Local e os Millennials: Os determinantes que influenciam a escolha de alojamento	Inglês	ISCTE-IUL	2020
8	Orientador	Catarina Quintas Nunes	Marketing Verde e os Consumidores Conscientes em Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2019
9	Orientador	Guilherme Caeiro de Matos	Repensar a estratégia de comunicação da União Europeia - O papel das plataformas digitais na promoção de uma cidadania activa	Inglês	ISCTE-IUL	2019
10	Orientador	Micaela Andreia Cabral Constantino	Como é que as redes sociais podem influenciar a lealdade dos consumidores	Inglês	ISCTE-IUL	2019
11	Orientador	Marina Sevilha Balthazar dos Santos	Ultrapassar Barreiras no Encaminhamento para Cuidados Paliativos ? O Papel das Estratégias de Marketing	Português	ISCTE-IUL	2019
12	Orientador	Catarina Isabel Neves Pereira da Silva	Serão os colaboradores comprometidos com a marca para a qual trabalham?	Inglês	ISCTE-IUL	2019
13	Orientador	Mónica Correia Cardoso Coelho Santos	A EXPERIÊNCIA OMNICANAL DA GERAÇÃO Z NAS LOJAS @COSMETICS	Português	ISCTE-IUL	2018
14	Orientador	Mariana Ventura Rodrigues	New Trends In Store Atmosphere: An application to the telecommunication sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017
15	Orientador	Jorge Miguel Vicente de Campos Máximo	Olisipiadas - Estudo de Caso sobre a Criação da Marca de um Programa Desportivo Municipal	Português	ISCTE-IUL	2017
16	Co-Orientador	Filipe de Amaral Pedro Bota de Mendonça	New Trends in Marketing: The impact in convenience store's atmosphere	Inglês	ISCTE-IUL	2017
17	Co-Orientador	Bernardo Antunes de Almeida	RELEVÂNCIA DO "PARQUE DAS NAÇÕES" PARA A DINÂMICA DO TURISMO NA CIDADE DE LISBOA	Português	ISCTE-IUL	2017
18	Orientador	Ana Carolina Monte Rocha Baltazar Coelho	A Intenção de Compra nas Marcas no Facebook	Português	ISCTE-IUL	2017
19	Orientador	Inês de Oliveira Rodrigues	Marcas de Luxo num Contexto Digital - Exclusividade VS Diferenciação. Caso Furla	Português	ISCTE-IUL	2017
20	Co-Orientador	Mafalda dos Santos Simões	New Trends in Store Atmosphere: An Application to the Banking Sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017

21	Co-Orientador	Filipa Loja Gomes Ferreira Evangelista	The Impact of New Trends in Supermarket Environment: The Case of the Olive Oil Sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017
22	Co-Orientador	Dharmite Tushar Narendra	The Influence of New Trends in Store Atmospherics on Customer Experience in a Convenience Store Environment in Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2017
23	Orientador	Marta Gil da Silva Araújo	Comportamentos do Consumidor e a Relação com o Turismo Criativo: Requalificação das Regiões Centro Interior de Portugal	Português	ISCTE-IUL	2016
24	Orientador	Marta Maria Cordeiro Lopes	A influência dos stakeholders na responsabilidade social empresarial estratégica	--	ISCTE-IUL	2015
25	Orientador	Mille Nielsen	The Influence of Product Type, Humor Type, Brand Attitude, and Gender on Humour Effectiveness in ADS	Inglês	ISCTE-IUL	2015
26	Orientador	Anders Juul Nielsen	The consumer-brand relationship paradox	Inglês	ISCTE-IUL	2015
27	Orientador	Rita Margarida Rolin Pires	Intenção de Compra Online nos Seniores Portugueses	Português	ISCTE-IUL	2014
28	Orientador	José Carlos de Melo Pinto Martins	Ferramentas de Marketing Digital no Sector Hoteleiro em Portugal: Influência ou Confluência	Português	ISCTE-IUL	2014
29	Orientador	Maria João Sousa Inácio dos Santos	An E-Portrait of International Business Schools' Strategy	Inglês	ISCTE-IUL	2014
30	Orientador	Paulo Filipe Figueiredo Nunes	The Relationships Between Portuguese Banks and their Customers in a Recessionary Context	Inglês	ISCTE-IUL	2014
31	Orientador	Teresa Isabel Damião dos Reis	Influência do Preço e Ações Promocionais no Valor Perccebido da Loja de Retalho	Português	ISCTE-IUL	2014
32	Orientador	Nuno Tiago de Figueiredo Cardoso	The Influence of Social Media in the Purchase Decision Process - The case of portuguese energy consumers	Inglês	ISCTE-IUL	2014
33	Orientador	Hugo Miguel Fidalgo Ferreira	A Study About E-WOM on an Economic Crisis Context: The case of telecommunications	Inglês	ISCTE-IUL	2014
34	Orientador	Noor-Ayn Sacoor	The Impact of the Economic Crisis on Portuguese Consumer Behaviour - The automobile sector	Inglês	ISCTE-IUL	2014

35	Orientador	Joana Abreu Machado Barata Gorgueira	The Effects of an Economic Downturn on Portuguese Families Purchase and Consumption: An application to the tourism sector	Inglês	ISCTE-IUL	2014
36	Orientador	Maria Joana Magalhães de Pinho	Fashion and Beauty Advertising Models 'Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention	Inglês	ISCTE-IUL	2013
37	Orientador	António Filipe Esteves Miguel Carvalho	The Effects of Celebrity Endorsement on Consumers Purchasing Intentions	Inglês	ISCTE-IUL	2012
38	Orientador	Ana Rita Bendada da Silva	O Papel do Marketing Relacional na Internet.	Português	ISCTE-IUL	2009

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Margarida Silva Gonçalves	O Impacto do Covid-19 na Gestão de Eventos: Como é que as empresa podem utilizar as Redes Sociais para fazer face à Pandemia. Plano de Redes Sociais para a RConcept	Inglês	ISCTE-IUL	2021
2	Orientador	Maria Coroado Santos	Melhorar a imagem da marca na mente dos consumidores e melhorar o posicionamento da marca em poupança e investimentos, num mundo digital	Inglês	ISCTE-IUL	2021
3	Orientador	Maria Garcia de Jesus	A Transformação Digital da Indústria Bancária: Caso da Caixa Geral de Depósitos	Inglês	ISCTE-IUL	2021
4	Orientador	Bernardo Maria de Siqueira de Almeida Tarouca Rôxo	Turismo de Surf na Ericeira - A inovadora oferta do Selina Boavista Ericeira	Português	ISCTE-IUL	2020
5	Orientador	Ana Sofia Félix Pires	DESENVOLVIMENTO DE UMA LOJA ONLINE PARA COMÉRCIO DE COSMÉTICOS EXCLUSIVOS DO CANAL FARMÁCIA	Português	ISCTE-IUL	2020
6	Orientador	João Dias do Rosário Pinto	Recuperar o Turismo - O Município de Sintra	Inglês	ISCTE-IUL	2020
7	Orientador	Sara Vanessa Fernandes Costa	Como as empresas multinacionais com mais de 100 anos de vida conseguem adaptar a sua estratégia à evolução do canal digital e do comércio online? - Um estudo de caso da Philips Portuguesa S.A	Inglês	ISCTE-IUL	2020

8	Orientador	Pedro Miguel Francisco Ferreira	Plano de Marketing TEVA ? OTC	Inglês	ISCTE-IUL	2019
9	Orientador	Cátia Sofia Ladeira Amorim	Plano de Marketing: Sistematização de um Plano de Ação como Proposta de Valor no Desenvolvimento da INAPA Packaging	Português	ISCTE-IUL	2019
10	Orientador	Rute Alexandra Fonseca Serra	Como criar valor através da experiência: Uma proposta APIVITA	Português	ISCTE-IUL	2019
11	Orientador	Carlos Jorge da Costa Alves	Projeto de empresa - Plano de Marketing - OTCs YF	Português	ISCTE-IUL	2019
12	Orientador	Patrícia Alexandra Leal de Oliveira Leal	Criação de um plano de marketing para empresas empreendedoras de crescimento rápido - Caso Science4you	Português	ISCTE-IUL	2019
13	Orientador	Rita Lourenço de Sousa	Como tornar startups inovadoras em negócios de sucesso: o caso da Techperks	Inglês	ISCTE-IUL	2019
14	Orientador	André Marques Travassos	Porquê e de que maneira o Greenwish reposicionou-se e afirmou-se como um restaurante "verde"	Inglês	ISCTE-IUL	2019
15	Orientador	Rodrigo Vieira Castilho	MEDIÇÃO DA PERFORMANCE DO MARKETING DIGITAL: COMO É QUE BOAS PRÁTICAS DE MEDIÇÃO DE PERFORMANCE DO MARKETING PODEM AUMENTAR A PERFORMANCE DAS EMPRESAS - O CASO DA FORALL PHONES	Inglês	ISCTE-IUL	2019
16	Orientador	Konstantin Brehm	O futuro de comércio de moda online - Como pode a Zalando SE alavancar o seu posicionamento de mercado e progresso tecnológico de forma a tornar-se o retalhista de moda online número um da Europa?	Inglês	ISCTE-IUL	2019
17	Orientador	Jorge Miguel Abreu Dias	COMUNICAÇÃO DE MARKETING NUMA ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS - UM CASO DE ESTUDO SOBRE A ATIVIDADE DE UMA ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES - ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES DO ISCTE-IUL	Inglês	ISCTE-IUL	2018
18	Orientador	Célia Marina Lopes Cabral	O impacto das redes sociais na reputação das organizações em contexto B2B.	Português	ISCTE-IUL	2018

19	Orientador	Mariana Martins Domingues Castelo Carrilho	Preopamo-nos com mais do que cabelo - Salon Emotion, a chave para L'Oréal Professionnel manter a sua liderança.	Inglês	ISCTE-IUL	2018
20	Co-Orientador	Filipa Fernandez Veiga da Silva	A diferença cultural entre os consumidores Portugueses e Espanhóis: a estratégia da Science4you	Inglês	ISCTE-IUL	2018
21	Co-Orientador	Inês Bernardo dos Santos	Customer Satisfaction and its relation with a positive NPS	Inglês	ISCTE-IUL	2018
22	Orientador	Graça Maria Porto Temudo Pires de Oliveira	O Negócio da Publicidade no Contexto de um Operador Postal	Português	ISCTE-IUL	2017
23	Orientador	Lia Barbieri da Nóbrega	Promotion of Sustainability in Higher Education Institutions: ISCTE-IUL	Inglês	ISCTE-IUL	2017
24	Orientador	Inês Ferreira Lourenço Pinto	How can Store Atmosphere be Applied in Sonasol Brand	Inglês	ISCTE-IUL	2017
25	Orientador	Marta Isabel dos Santos Brito Patrício	Crescer em Tempos de Crise: caso de rebranding Compal	Português	ISCTE-IUL	2016
26	Orientador	Osvaldo Miguel Pereira Cordeiro	O Reposicionamento da Marca Landini no Mercado Português de Tractores Agrícolas	Português	ISCTE-IUL	2016
27	Orientador	João Filipe Ramos Pereira Gens	Implementação de CRM na Ordem dos Engenheiros	Português	ISCTE-IUL	2016
28	Orientador	Maria Carolina de Azaredo Raposo	Flagship Store Frutológica Compal	Inglês	ISCTE-IUL	2016
29	Orientador	Filipa Ribeiro do Couto	Lançamento de uma Nova Marca: Natur Troofs - Projeto Trofal S.A.	Português	ISCTE-IUL	2016
30	Orientador	Ana Catarina de Almeida Fancaria	How to Conquer the 6th Continent - Lancôme Brand in Travel Retail	Inglês	ISCTE-IUL	2016
31	Orientador	André Filipe Ribeiro Bettencourt Calado	Case Study: Create a Facebook Campaign to Launch the APP Matrix Color Lounge	Inglês	ISCTE-IUL	2016
32	Orientador	Ana Rita Belo Pereira Francisco	Marketing Persona Formulation and Content Strategy Analysis for PHC Software, SA	Inglês	ISCTE-IUL	2016
33	Orientador	João Francisco Vaz da Rocha Paes de Faria	A Marketing Plan For The Nintendo NX	Inglês	ISCTE-IUL	2016
34	Orientador	Catarina Fernandes Dias	How Can Luxury Cosmetic Companies Leverage on Global Shoppers. The case study of Kiehl's since 1851	Inglês	ISCTE-IUL	2016



35	Orientador	Luís Alexandre Faria Gomes	Impacto do Relançamento de Marcas em Declínio - O caso da marca Flora	Português	ISCTE-IUL	2016
36	Orientador	Vanda Cristina Badagola Murteira Vaz de Carvalho	A Necessidade de Adaptação dos Bancos à Realidade Digital	Português	ISCTE-IUL	2016
37	Orientador	Carlota Alves Vieira Duque Neves	Reposicionamento do Restaurante Hippopotamus do Hotel Tivoli Oriente	Português	ISCTE-IUL	2015
38	Orientador	André Lima Campino	Dollarshaveclub.com - A case study on how can the brand tone of voice enable a startup to become a viral sensation	Inglês	ISCTE-IUL	2015
39	Orientador	Ana Rita Guerreiro Torrinha Monteiro Teles	Plano de Comunicação Digital para a Marca Amanhecer	Português	ISCTE-IUL	2015
40	Orientador	Maria do Carmo Orta Oliveira de Herédia Cordovil	A Communication Plan for the "1 Yogurt a Day" Program	Inglês	ISCTE-IUL	2015
41	Orientador	Carolina Safara Saiote	Danone's CRM Program "Alimenta Sorrisos": A development plan	Inglês	ISCTE-IUL	2015
42	Orientador	Miguel Lages Ribeiro de Gomes Saúde	Sporting Clube de Portugal, a Social Media Benchmark in the Football Clubs' Sector	Inglês	ISCTE-IUL	2015
43	Orientador	Soraia Sofia Fernandes do Vale	A Social Media Marketing Plan for Galp Energia	Inglês	ISCTE-IUL	2015
44	Orientador	Francisco Van Zeller de Moser	O Turismo da Cidade de Lisboa numa Perspectiva Cruzada entre a Procura e a Oferta	Português	ISCTE-IUL	2015
45	Orientador	Vânia Catarina Pereira de Barros Gregório	The Challenge of Enhancing a Luxury Brand Without Awareness in a Perfumery	Inglês	ISCTE-IUL	2014
46	Orientador	Ricardo António Teixeira Avelino	Marketing Communication Plan - Century 21 Global	Inglês	ISCTE-IUL	2014
47	Orientador	Cláudia Patrícia Ferreira da Silva Loureiro	Análise e Estratégia do Lançamento de Margarina Imperial	Português	ISCTE-IUL	2013
48	Orientador	Diogo Lopes Caramelo	Segmentation Model for an Electronics and Appliances Retailer in B2B Market	Inglês	ISCTE-IUL	2013
49	Orientador	Celso Alves Martins	Albufeira: A Proposal for Brand Redefinition and Communication Plan	Inglês	ISCTE-IUL	2013
50	Orientador	Vera Sofia Gonçalves Silva	Go-To-Market Strategy for Video Call Through Television	Inglês	ISCTE-IUL	2013

51	Orientador	João Paulo Coelho dos Santos	Brand Extensions: A Marketing Plan for the Launching of a Tea Product Line Applied to LUSO	Inglês	ISCTE-IUL	2013
52	Orientador	Raquel Rodrigues Antão	An Integrated Communication Plan for Herdade dos Arrochais	Inglês	ISCTE-IUL	2013
53	Orientador	Miguel Jesus Rito Calado	Brand Redefinition and Communication Plan for Grândola	Inglês	ISCTE-IUL	2013
54	Orientador	Mariana de Brito Simões	Tourists' Insights of Historic Hotels: The Case of Pousadas de Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2012
55	Orientador	Frederico Simões Amores	Optimus Kanguru - Novos Canais de Distribuição	Português	ISCTE-IUL	2012
56	Orientador	João Filipe Arrobas Correia de Matos	Análise da Estratégia Co-Branding no Sector Financeiro em Portugal - O caso da CGD	Português	ISCTE-IUL	2012
57	Orientador	José Manuel Paulino Barambão	Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo Desportivo no Concelho de Sines como forma de Combater a Sazonalidade	Português	ISCTE-IUL	2012
58	Orientador	Sara de Azevedo Rodrigues	O Impacto das Redes Sociais no Relacionamento entre Marcas e Consumidores	Português	ISCTE-IUL	2012
59	Orientador	Helena Isabel Teixeira Torres	A relação entre a indústria das viagens e turismo em Portugal e o Facebook: Profissionalização da página do Facebook da Amadeus Portugal	Português	ISCTE-IUL	2012
60	Orientador	Mariana Trindade Ricardo	Plano para a Definição de Modelos de Segmentação para o Meo	Português	ISCTE-IUL	2012
61	Orientador	Carmen Sofia Mendes Garcia de Castro	Imagem das Marcas da Distribuição	Português	ISCTE-IUL	2012
62	Orientador	Mafalda Isabel Biga Campanha	Digital Communication Plan for Renault Twizy	Inglês	ISCTE-IUL	2012
63	Orientador	José António Nobre Cardoso	Online Buying Behavior in Technological and Office Products	Inglês	ISCTE-IUL	2012
64	Orientador	Inês Rubio Cabrita	Portuguese Online Searching and Buying Behavior for Personal Lifestyle Products and Services	Inglês	ISCTE-IUL	2012
65	Orientador	Joana Cláudia Estêvão Ramalho	Touristic Marketing: communicating a brand called Vila Real de Santo António	Inglês	ISCTE-IUL	2012

66	Orientador	Adelaide Sofia Marques Portela Batista	Food for Wine Lovers - A restaurant repositioning	Inglês	ISCTE-IUL	2012
67	Orientador	Inês Martins dos Santos Fidalgo Fonseca	L'Oréal Professionnel Homme "Redefining the Market with a New Extension	Inglês	ISCTE-IUL	2012
68	Orientador	Madalena Piano de Abreu Castelo Branco	Being Traditional in the Global - Santini case study	Inglês	ISCTE-IUL	2012
69	Orientador	Rodrigo Gordicho da Costa Hipólito de Oliveira		--	ISCTE-IUL	2011
70	Orientador	Rita Gomes Alves	A Influência da Comunicação no Crescente Consumo de Produtos Grooming Masculinos.	--	ISCTE-IUL	2011
71	Orientador	Marta Isabel Pedrosa Ribeiro	Fidelização de Consumidores SKIP	--	ISCTE-IUL	2011
72	Orientador	Steven Henriques Santos	Factores Competitivos: Mergulhando no turismo do Surf.	--	ISCTE-IUL	2011
73	Orientador	Diana Ferreira Mota de Oliveira Ponte		--	ISCTE-IUL	2011
74	Orientador	Ana Catarina Correia Campos	As Extensões de Marca: Caso Dove Men+Care.	Português	ISCTE-IUL	2011
75	Orientador	Bárbara Ramos Pais Silveira	Impacto da Gestão de Reclamações na Fidelização de Clientes	--	ISCTE-IUL	2011
76	Orientador	Fábio Alexandre Rodrigues Nunes	Turismo Rural: Aldeia de Mofreita	--	ISCTE-IUL	2011
77	Orientador	Ivan Miguel Pinheiro Pacheco Coelho	O Mercado dos Hostels: Análise e Estratégia de expansão de um caso de sucesso	Português	ISCTE-IUL	2011
78	Orientador	Margarida Távora Alves		--	ISCTE-IUL	2011
79	Orientador	Ricardo Manuel da Silva Veras Santos Reis	Jornal de Negócios: O Fim da Liderança no Mercado da Imprensa Diária Portuguesa	Português	ISCTE-IUL	2011
80	Orientador	Inês de Albuquerque Tomás Mateus		--	ISCTE-IUL	2011
81	Orientador	Maria do Carmo de Moraes de Matos	O Relatório de Sustentabilidade da Matutano.	Português	ISCTE-IUL	2011
82	Orientador	Maria Sofia Godinho Quintino de Barros	Estudo sobre a Consumidora Portuguesa de Vinhos - O impacto das crenças na sua opção de beber vinho	Português	ISCTE-IUL	2011

83	Orientador	Teresa Alexandra Féria Gato Contreiras Revez	Comunicação Integrada da Marca Alentejo.	Português	ISCTE-IUL	2010
84	Orientador	Luís Miguel de Jesus Simões Justino	A Internacionalização da Proóptica para Marrocos como Forma de Melhorar a Competitividade da Empresa	Português	ISCTE-IUL	2010
85	Orientador	Rita Gouveia Macedo Ferreira	A Imagem da SATA no Continente Português.	Português	ISCTE-IUL	2010
86	Orientador	Nuno Miguel Dias de Carvalho	Estratégias de Marketing na Banca Portuguesa: A Oferta de Trade Finance.	Português	ISCTE-IUL	2010
87	Orientador	Sónia Lourenço Olaio	CRM: A Importância da Relação One-to-One em Contexto da Crise Financeira.	Português	ISCTE-IUL	2010
88	Orientador	Artur Jorge Mendes Fernandes	Análise nas 4 Vertentes do Marketing-Mix no Lançamento do Alfa Romeo Mito.	Português	ISCTE-IUL	2010
89	Orientador	Ana Sofia Narciso Marques de Andrade Nunes	Novo Paradigma do Crédito Habitação	Português	ISCTE-IUL	2010
90	Orientador	Maria Teresa Marques Vidigal	A Imagem de Portugal como Destino Turístico em Espanha.	Português	ISCTE-IUL	2010
91	Orientador	Gonçalo dos Santos Ribeiro	Plano Estratégico de Comunicação para a Intertur S.À.	Português	ISCTE-IUL	2009
92	Orientador	Marco Emmanuel da Cruz Godinho	Um Estudo Exploratório sobre a Orientação de Marketing pelo Mercado.	Português	ISCTE-IUL	2009
93	Orientador	Maria Margarida Rodrigues Gonçalves Bettencourt	A Internacionalização do Compal Essencial para o Mercado Polaco.	Português	ISCTE-IUL	2009

## Total de Citações

<b>Web of Science®</b>	124
<b>Scopus</b>	168

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	Ferreira, M. M., Pereira, H., Ashfaq, M. & Loureiro, S. M. C. (N/A). Tourist-virtual assistant communication: the power of self-connection and prominence. <i>Anatolia</i> . N/A
---	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>- N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1</p>
2	<p>Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. &amp; Pereira, H. (2022). You are only mine: engage with voice assistant while find destinations and accommodations. <i>Journal of Promotion Management</i>. 28 (2), 189-204 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 6</p>
3	<p>Pereira, H. G., Cardoso, M. &amp; Dionísio, P. (2017). The determinants of website purchases: the role of e-customer loyalty and word-of-mouth. <i>International Journal of Electronic Marketing and Retailing</i>. 8 (2), 136-156 - N.º de citações Scopus: 5</p>
4	<p>Pereira, H., Salgueiro, M. F. &amp; Rita, P. (2017). Online determinants of e-customer satisfaction: application to website purchases in tourism. <i>Service Business</i>. 11 (2), 375-403 - N.º de citações Web of Science®: 20 - N.º de citações Scopus: 30 - N.º de citações Google Scholar: 81</p>
5	<p>Pereira, H., Salgueiro, M. F. &amp; Rita, P. (2016). Online purchase determinants of loyalty: the mediating effect of satisfaction in tourism. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i>. 30, 279-291 - N.º de citações Web of Science®: 53 - N.º de citações Scopus: 63 - N.º de citações Google Scholar: 226</p>
6	<p>Pereira, H. G., Carvalho, A. &amp; Portela, S. L. (2015). The managerial and economic effects of celebrity endorsement on consumer purchasing intentions. <i>International Journal of Latest Trends in Finance and Economics Sciences</i>. 5 (2), 898-909</p>
7	<p>Pereira, H., Salgueiro, M. F. &amp; Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. <i>Business Horizons</i>. 57 (6), 695-702 - N.º de citações Web of Science®: 42 - N.º de citações Scopus: 53</p>
8	<p>Miranda, N., Raminhos, R., Pereira, H. &amp; Trigo, V. (2013). Video for Travel - an effective solution for applying video in the tourism domain. <i>International Journal of Innovations in Business</i>. 2 (2)</p>
9	<p>Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. &amp; Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. <i>Journal of Marketing Education</i>. 35 (2), 191-200 - N.º de citações Web of Science®: 8 - N.º de citações Scopus: 10</p>
10	<p>Pereira, H., Costa, I. &amp; Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. <i>Revista Turismo e Desenvolvimento</i>. 17/18, 695-706</p>

## • Livros e Capítulos de Livros

### - Autor de livro

1	<p>Luiz Moutinho, Valarinho, F., Pereira, H., Dionísio, J., Esteves, P. &amp; Rodrigues, J. (2020). <i>Gestão no Pós-Covid19 Exemplos e Tendências Inspiradoras</i>. Lisboa. Prime Books.</p>
2	<p>Dionísio, J., Pereira, H. &amp; Cardoso, M. (2012). <i>Comportamentos de procura de informação e compra online</i>. Lisboa, Portugal. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal.</p>

3	Moutinho, L., Dionísio, J., Rodrigues, J. & Pereira, H. (2012). Marketing Trends - Antecipar o futuro para inspirar o presente. Lisboa, Portugal. Bnomics.
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### - Editor de livro

1	Rodrigues, J., Dionísio, J., Pereira, H. & Crespo de Carvalho, J. (2011). Grupo Nabeiro - Gestão Sustentada e Sucesso Empresarial. Lisboa. B-nomics.
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### - Capítulo de livro

1	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2021). Virtual reality and artificial intelligence: Co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. In M. Claudia tom Dieck, Timothy H. Jung, Sandra M. C. Loureiro (Ed.), Augmented reality and virtual reality: New trends in immersive technology. (pp. 239-250): Springer. - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Ferreira, M. M., Pereira, H. & Loureiro, S. M. C. (2020). Communication tools in the customer's journey: Application to the tourism sector. In Sandra Maria Correia Loureiro, Hans Ruediger Kaufmann (Ed.), Exploring the power of electronic word-of-mouth in the services industry. (pp. 288-316). Hershey: IGI Global. - N.º de citações Google Scholar: 1

### • Conferências/Workshops e Comunicações

#### - Publicação em atas de evento científico

1	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). Virtual reality and artificial intelligence in an area of smart cities. In 6th International AR VR Conference.
2	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. In 2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings. (pp. 981-983). Seoul: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
3	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. In European Management Academy Conference - THE BUSINESS OF NOW: THE FUTURE STARTS HERE. Dublin
4	Pereira, H. G. & Salgueiro, M. F. (2019). What determines tourism loyalty?: The role of trust in online purchases of tourism products. In European Academy of Management Conference, EURAM 2019. Lisbon: European Academy of Management.
5	Marques, S., Lindo, V. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. In 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings. Paris: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
6	Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2019). Fashion and beauty advertising models' age and its impact on over 50 female consumers' purchase intention. In 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings. (pp. 824-826). Paris: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
7	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Nunes, P. (2018). The relationships between portuguese banks and their customers in a recessionary context. In The Academy of Business and Retail Management (Ed.), 7th International Conference on Business and Economic Development (ICBED). (pp. 340-351). Nova Iorque

8	Teixeira, N., Pereira, H. G. & Dionísio, P. (2018). Online consumer generated content it's for real! the rise of social influence marketing. In 7th International Conference on Business and Economic Development, ICBED 2018. (pp. 358-366).: The Academy of Business and Retail Management.
9	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. In International Conference on Business and Economic Development. (pp. 68-78).: The Business & Management Review.
10	Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. In International Conference on Business and Economic Development. (pp. 374-384). Nova Iorque: The Academy of Business and Retail Management (ABRM).
11	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The mediating effect of satisfaction: Does it influence loyalty concerning online tourism purchases?. In Proceedings of the 45th European Marketing Academy Conference (EMAC). Oslo: EMAC.
12	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC. (pp. 205-217). Aveiro: Edições IPAM.
13	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. (pp. 218-229). Aveiro: Edições IPAM.
14	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. In International Network of Business and Management Journals (Ed.), International Network of Business and Management Journals. Barcelona: International Network of Business and Management Journals.
15	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. In Stockholm School of Economics (Ed.), Shopper Marketing and Pricing Conference. (pp. 81-84). Stockholm: Stockholm School of Economics.
16	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. In Enrique Bigné, EMAC 2014 Conference Chair (Ed.), EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. Valência: Universitat de Valencia.
17	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. In Tourism and Ageing Conference 2014.
18	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. In Tourism and Ageing Conference, 2014. Estoril
19	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Pedro Dionísio (2014). Online Buying Behavior in Technological and Office Products. In Shopper Marketing & Pricing Conference Proceedings.: Published by Stockholm School of Economics.
20	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. G. M. S. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. In EIRASS. Philadelphia
21	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2013). Lifestyle Products and Services Online. In EIRASS. Philadelphia

22	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. In International Network of Business and Management Journals. Lisbon
23	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. In International Network of Business & Management Journals.
24	Costa, I. & Pereira, H. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. In International Network of Business & Management Journal. Lisboa
25	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. In International Network of Business and Management Journals – INBAM. Lisbon: INBAM 2013.
26	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. In European Marketing Association (Ed.), EMAC 2012. (pp. 294-295). Lisboa
27	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. In Universidade de Aveiro (Ed.), INVTUR 2012. (pp. 0-0). Aveiro
28	Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Pereira, H., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). VIDEO FOR TRAVEL An effective solution for using video in the tourism domain . In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka
29	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka
30	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in tourism. In Proceedings of the EMAC 2011 Conference. (pp. 0-0). Ljubljana
31	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . In EMAC (Ed.), European Marketing Association Conference 2010. (pp. 0-0). Copenhagen: EMAC.
32	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. In Academy of Marketing Conference. (pp. 0-0): Academy of Marketing.

#### **- Comunicação em evento científico**

1	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. EURAM 2020 - European Academy of Management Conference.
2	Pereira, H. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. EURAM 2020 ONLINE CONFERENCE THE BUSINESS OF NOW: THE FUTURE STARTS HERE.
3	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). What determines Tourism Loyalty? The Role of Trust in Online Purchases of Tourism Products . EURAM European Management Conference.



4	Marques, S. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. 2019 Global Fashion Management Conference.
5	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). FASHION AND BEAUTY ADVERTISING MODELS'AGE AND ITS IMPACT ON OVER 50 FEMALE CONSUMERS' PURCHASE INTENTION. GAMMA 2019 - Global Fashion Management Conference.
6	Pereira, H., Dionísio, J. & Teixeira, N. (2018). Online Consumer Generated Content it's for real! The Rise of Social Influence Marketing. IECBD.
7	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2018). The relationship between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. ICBED 2018.
8	Araújo, M., Pereira, H. & Marques, C. (2017). Creative Tourists in Rural Regions: How do they behave regarding to creative experiences?. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017.
9	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Development.
10	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Development.
11	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The Mediating Effect of Satisfaction – Does it influences Loyalty Concerning Online Tourism Purchases?. European Marketing Academy 2016.
12	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC. 205-217
13	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. 218-229
14	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. Shopper Marketing and Pricing Conference. 81-84
15	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. 43th
16	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. Tourism and Ageing Conference 2014.
17	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014.
18	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. International Network of Business and Management Journals. 4
19	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
20	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.

21	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. (2013). Lifestyle Products and Services Online. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.
22	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
23	Pereira, H. & Costa, I. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
24	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
25	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. EMAC 2012.
26	Pereira, H. & Mateus, I. (2012). A Study about the Relation between Brands and Fans in the Facebook. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science .
27	Alves, R., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). The influence of communication on the increased consumption of male grooming products. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science .
28	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as. INVTUR 2012.
29	Pereira, H., Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). Vídeo for Travel An effective solution for using video in the tourism domain. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) .
30	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) .
31	Pereira, H. & Lage, M. (2012). Market Driving Sustainable Trends. EMAC 2012.
32	Santos, M-C., Martins, L.M. & Pereira, H. (2011). Marketing Planning modulul 4, Support for the International Master of Entrepreneurship and Venture . TREPAN Program supported by Union European, Romanian, University of Craiova and ISCTE-IUL.
33	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in Tourism. The European Marketing Academy Conference.
34	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating specific online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . 17th International Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies.
35	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . The European Marketing Academy Conference.
36	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. Academy of Marketing Conference.

Pereira, H. & Rita, P. (2008). The influence of Relationship Marketing and other motivational factors in the satisfaction and loyalty of online purchase of tourism products. The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS) International Conference.

## Cargos de Gestão Académica

Coordenadora da unidade curricular Gestão do Turismo e do Lazer (2021)  
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Marketing e Inovação em Turismo (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Gestão de Serviços A Clientes (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Marketing

Directora do Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Gestão de Hotelaria e Turismo

Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Turismo e Mundos Urbanos (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Marketing Estratégico em Hotelaria e Turismo (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2020 - 2021)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II (2020)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Turismo e Mundos Urbanos (2020)  
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Turismo Electrónico (2020)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Grandes Eventos e Gestão de Eventos (2020)  
Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo

Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2020)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2020)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo (2020)  
Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo

Coordenadora da unidade curricular Análise de Negócios Internacionais (2020)  
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Gestão de Operações de Alojamento (2020)  
Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações

<p>Coordenadora da unidade curricular Enoturismo e Negócio do Vinho (2020) Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Design e Operações em Hospitalidade e Turismo (2020) Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo (2020) Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão de Operações de F&amp;b (2020) Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão de Turismo Internacional (2020) Unidade/Área: Gestão Geral</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Finanças Empresariais em Hotelaria e Turismo (2020) Unidade/Área: Finanças</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo (2019 - 2020) Unidade/Área: Gestão Geral</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2019 - 2020) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2019 - 2020) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2019 - 2020) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2019 - 2020) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2019 - 2020) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media (2019 - 2020) Unidade/Área: Ciências da Comunicação</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Análise de Negócios Internacionais (2019) Unidade/Área: Gestão Geral</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Grandes Eventos e Gestão de Eventos (2019) Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2019) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Enoturismo e Negócio do Vinho (2019) Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2019) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2019) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Finanças Empresariais em Hotelaria e Turismo (2019) Unidade/Área: Finanças</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2019) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II (2019) Unidade/Área: Marketing</p>

Coordenadora da unidade curricular Gestão de Turismo Internacional (2019) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Marketing Bancário (2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo (2019) Unidade/Área: Hospitalidade e Turismo
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2018 - 2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media (2018 - 2019) Unidade/Área: Ciências da Comunicação
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2018 - 2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2018 - 2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo (2018 - 2019) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2018 - 2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Análise de Negócios Internacionais (2018) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2017 - 2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projeto de Gestão de Marketing 1 (2017 - 2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2017 - 2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2017 - 2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2017 - 2018) Unidade/Área: Marketing
Directora da Licenciatura em Gestão de Marketing (2017 - 2018) Unidade/Área: Gestão de Marketing
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Análise de Negócios Internacionais (2017) Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria II (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora de Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial (2017) Unidade/Área: Direcção Comercial
Coordenadora de Curso de Pós Graduação em Gestão de Topo em Hotelaria (2017 - 2018) Unidade/Área: Gestão de Topo em Hotelaria
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2016 - 2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão (2016 - 2017) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2016 - 2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora de Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial (2016 - 2017) Unidade/Área: Gestão Empresarial
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2016 - 2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2016 - 2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Projecto em Gestão de Topo em Hotelaria I (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Bancário (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2016) Unidade/Área: Marketing
Subdirectora do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2015 - 2018) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2015 - 2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2015 - 2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing (Pg) (2015 - 2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário 1 : Comportamento Financeiro das Famílias Portuguesas (2015 - 2016) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular A Evolução do Papel e dos Requisitos do Cliente de Serviços Financeiros (2015 - 2016) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Marketing Empresarial (2015 - 2016) Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia (2015 - 2016) Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2015 - 2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Projetos (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Bancário (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing_fd (2015) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2014 - 2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Estratégia de Marketing (2014 - 2015) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Novas Tendências de Marketing e de Vendas (2014 - 2015) Unidade/Área: Marketing
Directora do Mestrado em Marketing (2011 - 2013) Unidade/Área: Marketing
Directora do Mestrado em Marketing (2010 - 2011) Unidade/Área: Marketing

## Prémios

Prémio Pedagógico ISCTE-IUL (2015)
Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Projectos (2014)
Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2011)
Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2010)

## Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão organizadora de evento não científico	A Revolução do Pricing e Distribuição em Hotelaria	INDEG-ISCTE	2016
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Novos Modelos de Negócio em Hotelaria	INDEG-ISCTE	2016
Membro de comissão organizadora de evento científico	Tourism and Ageing	Audax-IUL	2016

Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Os Jovens Portugueses	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo O comportamento bancário do novo emigrante	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Comportamento de Compra de Seniores Portugueses	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Best Practices in Social Media	Marketing FutureCast Lab	2014
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Paradigm Shift	Marketing FutureCast Lab	2013
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo "O novo Normal"	Marketing FutureCast Lab	2013
Membro de comissão organizadora de evento não científico	New Trends in Marketing	Marketing FutureCast Lab	2012
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL	Comportamento de Pesquisa e Compra Online	CCP	2012